

La educación mediática en la era de la hiperconectividad: una apuesta por la desconexión digital periódica

JAVIER SERRANO-PUCHE

Universidad de Navarra

Resumen

La presencia constante y ubicua de las tecnologías digitales en casi todas las actividades cotidianas, gracias en gran medida a la proliferación de dispositivos móviles con acceso a Internet, está propiciando la consolidación de una “era de la hiperconectividad”, que se caracteriza además por la sobreabundancia informativa y por la cultura de la velocidad. No son pocos los autores, sin embargo, que alertan de los posibles perjuicios que la conexión digital permanente puede acarrear, ya sean de orden neurológico, afectivo o social.

Este nuevo escenario comunicativo requiere una alfabetización mediática que no ha de limitarse al desarrollo de la competencia digital (entendida en su dimensión más instrumental), sino que debe priorizar el aprendizaje ético y crítico frente a las pantallas, antes que el tecnológico. En este sentido, resulta oportuno que el usuario de tecnologías digitales aprenda a adoptar una “dieta digital”, para evitar así que su consumo mediático pueda derivar en “obesidad informati-

va”, debido a la dificultad de digerir tanta información, a menudo de escasa calidad y que le llega de manera incesante. Dentro del marco teórico de la “comunicación *slow*”, en este capítulo se exponen algunos hábitos recomendables para lograr un buen consumo mediático. Entre ellos, destaca la puesta en práctica de la desconexión digital, esto es, establecer de manera periódica tiempos de abstinencia de las tecnologías digitales, con el propósito de cultivar la comunicación presencial y para que los momentos de conectividad sean a su vez más productivos y enriquecedores. Se concluye que dicha tarea constituye una práctica recomendable en el contexto de la educación mediática.

PALABRAS CLAVE: ALFABETIZACIÓN DIGITAL, CONSUMO MEDIÁTICO, SATURACIÓN INFORMATIVA, *slow communication*, HIPERCONECTIVIDAD, DESCONEXIÓN DIGITAL.

1. Introducción

La aparición y consolidación de Internet en la vida cotidiana de las personas ha marcado un antes y un después en las prácticas comunicativas y en la interacción social (Jordan, 2013). Si anteriormente el individuo sólo encontraba en el entorno natural y en el urbano los espacios para su desarrollo personal y socialización, ahora el ámbito digital se ha constituido en un “tercer entorno” (Echeverría, 1999) que se suma a los anteriores, aunque con las particularidades propias que proceden de su condición electrónica. Así pues, las relaciones mediadas por la tecnología pueden complementar y en ocasiones sustituir de hecho a la comunicación interpersonal cara a cara. Esta novedad propiciada por la Red, como señalan Rainie y Wellman (2012: 1-108), forma parte de una “triple revolución” que pivota en torno a las redes sociales (entendidas en un sentido amplio), Internet y los dispositivos móviles. Según estos autores, vivimos en una época de individuos interconectados a través de redes —el “nuevo sistema operativo social”—, que tienen en Internet su plataforma de contacto e intercambio de información y a la que ya pueden acceder de manera permanente y ubicua, gracias a la comunicación móvil.

En esta “era de la hiperconectividad” (Reig y Vílchez, 2013), el teléfono móvil se han convertido tanto en un dispositivo para el consumo y producción de contenidos como en una tecnología de relación. Además, es un objeto cultural que por su conectividad ubicua, su capacidad de personalización y su omnipresencia está estrechamente vinculado a la actividad diaria y a la identidad e interacciones sociales de sus usuarios. Por otro lado, el hecho de que sea ya posible la ‘conectividad permanente’ está configurando un nuevo marco de relación entre Internet y las personas, pues para muchos —especialmente jóvenes y hombres y mujeres de negocios— permanecer en línea a través de dispositivos móviles y otras plataformas ha llegado a convertirse en una necesidad social y laboral. Nuestra hipótesis es que este potencial relacional de Internet, auspiciado por las tecnologías móviles y su conectividad constante, no está exento de riesgos desde el punto de vista del desarrollo integral de la comunicación humana. El objetivo de este trabajo es exponer, por un lado, las implicaciones cognitivas y emocionales que tiene Internet por su condición tecnológica y cómo, debido a ello, la Red puede inducir al usuario a un afán por estar permanente conectado a las pantallas. Eso nos llevará, por otro lado, a proponer la desconexión digital periódica como un hábito recomendable para recuperar el equilibrio necesario entre las interacciones digitales y las interacciones cara a cara.

2. Educar en los medios en un contexto de hiperconectividad

No hay duda, como afirma Lipovetski (2006: 271), de que “la red de las pantallas ha transformado nuestra forma de vivir, nuestra relación con la información, con el espacio-tiempo, con el consumo”. Vivimos en una “sociedad multipantalla” (Pinto, 2008), en la que la información circula prioritariamente a través de círculos sociales y que fomenta un “individualismo interconectado” (Wellman et al, 2003). Las consecuencias de todo ello son variadas y complejas,

tanto en el plano personal como en el cultural y social. Por eso, es necesario conocer de modo crítico y matizado el impacto de las tecnologías digitales, de sus oportunidades, retos y riesgos, a fin de poder hacer el mejor uso de ellas. Frente al ‘leer y escribir’ de la alfabetización clásica, esta cultura digital reclama ahora el desarrollo de diferentes tipos de competencias y habilidades. Por ello conviene tomar conciencia del doble peligro que supondría “reducir la educación mediática al desarrollo de la competencia digital, y reducir la competencia digital a su dimensión más tecnológica e instrumental: centrarse en los conocimientos técnicos, en los procedimientos de uso y manejo de dispositivos y programas, olvidando las actitudes y los valores” (Gutiérrez y Tyner, 2012: 31).

Aproximarse a la tarea de la educación mediática implica, en primer término, conocer las prácticas de consumo digital existentes. En ese sentido, y especialmente entre los jóvenes, la conectividad permanente no es sólo un hábito, sino un componente esencial en su manera de construir y manejar sus amistades y su vida social. Sin embargo esto puede provocar tensiones, derivadas de la capacidad de los medios digitales para desdoblarse la presencia de la persona, que puede así estar al mismo tiempo en dos lugares: el contexto en que físicamente se encuentra y el ámbito tecnológicamente mediado al que accede a través de las pantallas. Con frecuencia, entonces, la proximidad física no va acompañada de una presencia consciente o total de la persona en su entorno inmediato, sino que se sitúa en una “presencia ausente” (Gergen, 2002), dificultando así las posibles interacciones cara a cara que pudiera desarrollar simultáneamente con otros. De ahí el quiasmo según el cual “la tecnología acerca a los que están lejos y aleja a los que están cerca”; que es, sin embargo, una conclusión simple y determinista, pues olvida que las interacciones digitales en buena medida ayudan a mantener y reforzar los lazos sociales previamente creados en el mundo presencial.

Es cierto que un uso intensivo de las tecnologías digitales puede provocar en los usuarios una tensión entre querer estar unidos a través de la tecnología y sentirse atrapados por ella (Hall y Baym, 2012). De hecho, algunas investigaciones señalan que los jóvenes

muestran un gran interés por saber de los demás y cómo a menudo sienten que si dejan de enviar mensajes corren el riesgo de volverse invisibles frente a sus contactos. El resultado es el llamado ‘síndrome FOMO’ (*Fear Of Missing Out*): se vuelven incapaces de abstenerse de Internet por temor a estar perdiéndose algo (Vaughn, 2012). Comienza también a hablarse de la “nomofobia” (abreviatura de la expresión inglesa ‘no-mobile-phone phobia’), para referirse a la ansiedad causada por el miedo a separarse del teléfono móvil.

En el origen de estos trastornos está, por otra parte, la saturación informativa que inunda la Red y que puede conducir a sobrevalorar lo que ocurre a cada instante y a estar deseoso de lo nuevo, de lo inmediato, aun cuando sepamos que suele tener más de trivial que de esencial. Afrontar la sobreabundancia informativa es uno de los grandes retos de la alfabetización mediática. Una de las paradojas de la comunicación digital radica en que el incremento de la cantidad de información *per se* no lleva consigo una mayor calidad en los conocimientos (Pérez Latre, 2012). La extraordinaria abundancia de información es sin duda una ventaja para los ciudadanos, pero a su vez exige de ellos el discernimiento necesario para seleccionar la información más provechosa y poder dedicarle el tiempo pertinente. De lo contrario, el consumo mediático puede derivar en ‘obesidad informativa’ (Whitworth, 2009), cuando no se consigue convertir dicha información en conocimiento, debido a problemas de *fitness* mental en el consumo informativo (falta de habilidad o criterio), a la escasa calidad de la información que se recibe y al hábito –más frecuente entre quienes más tiempo están conectados– de consumir acríticamente la información antes de haber juzgado correctamente su valor.

Para hacer frente a esta patología conviene emprender una “dieta informativa” (Johnson, 2012) que, al igual que las dietas alimenticias, ha de ser personalizada, pues su concreción dependerá en cada caso de los hábitos digitales y de la situación profesional y personal de cada usuario. No obstante, nos parece que un elemento central en dicha dieta ha de ser siempre el establecimiento de un período de desconexión: inicial –que permita repensar la relación con la tecnología

para rencauzarla del mejor modo posible– y también periódico, para atenuar los perjuicios que provienen de la conectividad permanente.

3. En defensa de la comunicación *slow*: el hábito de desconectar

Nuestra propuesta de la ‘desconexión digital’ puede encuadrarse dentro de una corriente más amplia –el movimiento *slow*– que, en respuesta a la cultura de la velocidad imperante, aboga por un estilo de vida más pausado y que tiene ramificaciones diversas: desde la comida, el trabajo y la investigación científica, hasta el ocio o la vida en las ciudades. El movimiento *slow* denuncia la cultura de la prisa y sus consecuencias: la falta de paciencia, la hiperestimulación, la superficialidad y la multitarea; frente a lo cual reivindica una forma alternativa de vida que cuestiona cualquier aceleración que no incorpore calidad a las diferentes actividades cotidianas (Honoré, 2004). Su premisa no es la defensa de la lentitud por la lentitud, sino la necesidad de encontrar el ritmo temporal adecuado a las características de las acciones y a las necesidades humanas, siendo conscientes de cómo invertir el tiempo y de qué ha de ser realmente merecedor de la atención.

Por lo que respecta al uso de las tecnologías digitales, también comienza a teorizarse sobre la conveniencia de desarrollar una ‘comunicación *slow*’ (Freeman, 2009; Rauch, 2011; Victoria, Gómez y Arjona, 2012; Barranquero, 2013). Ésta ha de basarse en una revalorización del mundo físico y sus atributos frente al entorno *online*, con el objetivo de poner a la tecnología al servicio del hombre, para que éste gane control sobre su vida y pueda aprovechar mejor los mensajes y contenidos tanto de sus comunicaciones digitales como presenciales. Por ello, el eje de la ‘comunicación *slow*’ ha de ser la instauración de períodos regulares de desconexión digital para cultivar la comunicación cara a cara, abogando por el desarrollo de un ocio que prescinda de las tecnologías digitales y por una recuperación de las fronteras entre los ámbitos laboral, familiar y de ocio, que con la conectividad permanente quedan desdibujadas (Wajcman, Bittman

y Brown, 2009). Aunque todavía son escasos los estudios y experiencias documentados sobre desconexión digital (Maushart, 2011; Moeller, Powers y Roberts, 2012; Thurston, 2013), en todos ellos quienes la realizan señalan haber vivido en ese tiempo una sensación de liberación y de paz, una mejor comunicación con sus familiares y amigos cercanos y la posibilidad de tener más tiempo para hacer cosas que habían descuidado.

La defensa de la desconexión digital se apoya además en los beneficios que comporta para la recuperación de la capacidad de atención, pues navegar por Internet exige una forma particularmente intensiva de multitarea mental, dado que la Red es, por su mismo diseño, un sistema de interrupción y de fragmentación de la atención (Carr, 2011; Rosen, 2012). Como se ha demostrado, el *multitasking* merma la capacidad de pensar de manera profunda y creativa (Jackson, 2008). Además, gracias a la desconexión periódica se conseguiría que los momentos de conexión *online* fueran a su vez más enriquecedores, pues estar atado al flujo incesante de la información, paradójicamente, reduce la productividad y la eficacia. En definitiva y como apunta Dolors Reig, hay que saber aprovechar las ventajas de ambas situaciones (estar *online* y estar *offline*), es decir, “alternar momentos de conectividad, colaboración y cocreación, con otros de concentración y creatividad individual (...) Pasar de la felicidad basada en el reconocimiento social a la que disfruta de la autorrealización, evolucionar hacia hacernos más independientes de la tiranía de la deseabilidad social” (2013: 46).

El hábito de la desconexión digital ha de articularse en un doble plano, práctico y teórico. Práctico, por un lado, porque ha de plasmarse en un repertorio de acciones concretas encaminadas a facilitar y conseguir la abstinencia periódica y regular de las tecnologías, especialmente en el tiempo dedicado al entretenimiento. Es preciso recuperar la concepción clásica del ocio, entendido como una actividad necesaria que no es la mera contraposición del negocio ni se reduce al consumo, sino que tiene su fin en sí misma, es placentera y se escoge de manera autónoma. Un ocio que no es superficial ni consiste en un ‘navegar’ sin rumbo, sino que es contemplativo y al mismo tiempo

activo y creativo, con una dimensión social y perfeccionadora del hombre (Berlanga, 2012). Y que englobaría, por otra parte, actividades denostadas por la cultura de la velocidad tales como la conversación pausada, la escritura y otras prácticas artísticas, el paseo, el recogimiento interior o el deleite gastronómico. Por otro lado, la dimensión teórica de la desconexión digital atañe a las razones que la aconsejan y que dan sentido a su práctica: recuperar el señorío y la libertad frente a las tecnologías, alcanzando una correlación armónica y equilibrada entre las interacciones cara a cara y las digitales, poniendo el acento en el valor humanizador de la comunicación.

Una fórmula bien articulada de ambas dimensiones consiste en trazar una ‘dieta digital’ en cuatro pasos (Sieberg, 2011), que comienza repensando el tiempo diario que se le dedica a navegar en Internet más allá de lo imprescindible por razón de trabajo, y de qué modo ese tiempo se ha perdido en detrimento de las relaciones familiares y sociales, de actividad física o de horas de sueño. El segundo paso atañe propiamente a la fase de “desintoxicación” (*digital detox*): la abstinencia en el uso de la tecnología, de manera progresiva (empezando quizá por algún día del fin de semana, después el fin de semana completo y retomando paralelamente tareas como la lectura, el deporte o las conversaciones cara a cara). La tercera etapa es la de reconectarse digitalmente, pero partiendo ya de una serie de hábitos saludables —entre otros, fijar de manera estable y periódica los momentos de desconexión— y reasignando a la tecnología el lugar que le ha de corresponder dentro del conjunto de actividades diarias. Todo ello, por último, conduce al desarrollo de una concepción de la comunicación y de la vida digital desde una actitud *slow*, de modo que la relación con la tecnología y la relación presencial con las personas fluyan de manera natural y equilibrada.

4. Conclusiones

La consolidación cada vez mayor de las tecnologías digitales en las diferentes situaciones y actividades cotidianas, en buena medida debi-

do a la generalización de los dispositivos móviles con acceso a Internet, ha propiciado que ya no vivamos *con* los medios de comunicación, sino más bien *en* los medios (Deuze, 2012). A este respecto, la conectividad digital permanente es una práctica creciente y distintiva de un tipo peculiar de consumo mediático, sobre todo entre los jóvenes. En ella subyace la idea del “maximalismo digital”, es decir, la convicción de que “la conectividad a través de las pantallas es siempre buena y cuanto más esté uno conectado, mejor” (Powers, 2010). Sin embargo, cada vez son más patentes los perjuicios, tanto a nivel cognitivo como afectivo y social, que pueden derivarse de estar permanente conectados.

Todo ello resulta de especial interés a la hora de pensar en el aprendizaje que requiere Internet, pues ni siquiera para los nativos digitales tal condición es sinónima de ser alfabetos digitales. En concreto, junto con las destrezas instrumentales imprescindibles para un correcto uso de la Web, ésta reclama también el desarrollo de competencias axiológicas, intelectuales y emocionales que han de ir encaminadas a educar en hábitos saludables en las relaciones con los medios digitales. En ese sentido, la práctica de la desconexión periódica –horas o días prefijados para la abstinencia de la tecnología– es un componente recomendable en el aprendizaje crítico del uso de las tecnologías digitales. Constituye el núcleo de la ‘comunicación *slow*’, una actitud hacia dichas tecnologías que busca conciliar un ritmo de vida adecuado para el hombre con el dinamismo propio de la era de la información. Por eso el hábito de la desconexión digital no ha de concebirse con carácter privativo, sino como un modo de recuperar el equilibrio necesario entre las interacciones digitales y las interacciones cara a cara, enriqueciendo y humanizando ambos contextos de la comunicación de un modo integral.

Bibliografía

- BARRANQUERO, A. (2013). “*Slow media*. Comunicación, cambio social y sostenibilidad en la era del torrente mediático”. *Palabra Clave*, vol. 16, n° 2, pp. 419-448.

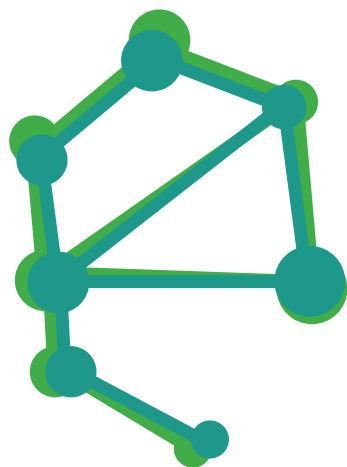
- BERLANGA, I. (2011). “Redes sociales y entretenimiento. Una apuesta hacia el verdadero ocio peligroso”. En GARCÍA GARCÍA, F. (dir). *Actas del II Congreso Internacional La sociedad digital*. Icono 14, vol. 2, p. 984-995.
- CARR, N. (2011). *Superficiales: ¿qué está haciendo Internet con nuestras mentes?*. Madrid: Taurus.
- DEUZE, M. (2012). *Media Life*. Cambridge: Polity Press.
- ECHEVERRÍA, J. (1999). *Los Señores del aire: Telépolis y el Tercer Entorno*. Barcelona: Destino.
- FREEMAN, J. (2009). *The Tyranny of E-mail: The Four-Thousand-Year Journey to Your Inbox*. New York: Scribner.
- GERGEN, K. J. (2002). “The Challenge of Absent Presence”. En: KATZ, J. E. y AAKHUS M. A. (eds.). *Perpetual contact: mobile communication, private talk, public performance*. Cambridge: Cambridge University Press, pp. 227-241.
- GUTIÉRREZ, A. Y TYNER, K. (2012). “Educación para los medios, alfabetización mediática y competencia digital”. *Comunicar*, 38, pp. 31-39.
- HALL, J. A. y BAYM, N. K. (2012). “Calling and texting (too much): Mobile maintenance expectations, (over) dependence, entrapment, and friendship satisfaction”. *New Media & Society*, 14 (2), pp. 316-331.
- HONORÉ, C. (2004). *In praise of slowness*. New York: Harper Collins.
- JACKSON, M. (2008). *Distracted: The Erosion of Attention and the Coming Dark Age*. New York: Prometheus.
- JOHNSON, C. A. (2012). *The Information Diet: A Case for Conscious Consumption*. Beijing; Cambridge: O'Reilly Media.
- JORDAN, T. (2013). *Internet, Society and Culture. Communicative Practices Before and After the Internet*. New York-London: Bloomsbury.
- LIPOVETSKY, G. (2006). *Los tiempos hipermodernos*. Barcelona: Anagrama.
- MAUSHART, S. (2011). *The Winter of Our Disconnect*. New York: Jeremy P. Tarcher-Penguin.
- MOELLER, S., POWERS, E. Y ROBERTS, J. (2012). “El mundo desconectado” y “24 horas sin medios”: alfabetización mediática para la conciencia crítica de los jóvenes. *Comunicar*, 39, pp. 45-52.

- PÉREZ LATRE, F. (2012): "The Paradoxes of Social Media: A Review of Theoretical Issues". En McCOMBS, M. y MARTÍN ALGARRA, M. (eds): *Communication and social life*. Pamplona: Eunsa, pp. 257-274.
- PINTO, M. (2008): "Investigating Information in the Multiscreen Society: An Ecologic Perspective". En RIVOLTELLA, P (ed.). *Digital Literacy: Tools and Methodologies for Information Society*. Hershey: IGI Global, pp. 207-216.
- POWERS, W. (2010). *Hamlet's Blackberry. A practical philosophy for building a good life in the digital age*. New York: Harper Collins.
- RAINIE, L. Y WELLMAN, B. (2012). *Networked. The New Social Operating System*. Cambridge, MA: The MIT Press.
- RAUCH, J. (2011). "The Origin of Slow Media: Early diffusion of a cultural innovation through popular and press discourse, 2002-2010." *Transformations: Journal of Media & Culture*, 20. Disponible en: http://transformationsjournal.org/journal/issue_20/article_01.shtml
- REIG, D. (2013). "Describiendo al hiperindividuo, el nuevo individuo conectado". En REIG, D. y VÍLCHEZ, L (2013). *Los jóvenes en la era de la hiperconectividad: tendencias, claves y miradas*. Madrid: Fundación Telefónica, pp. 23-90.
- ROSEN, L. (2012). *iDisorder: Understanding Our Obsession with Technology and Overcoming Its Hold on Us*. Hampshire: Palgrave Macmillan.
- SIEBERG, D. (2011). *Digital Diet: The 4-Step Plan to Break Your Addiction and Regain Balance in Your Life*. New York: Three River Press.
- THURSTON, B. (2013). "I have left the Internet". *Fast Company*, july-august, pp. 66-80/104-105.
- VAUGHN, V. (2012). *Fear of Missing Out (FOMO). A report from JWT Intelligence*. March 2012 Update, New York: J. Walter Thompson Company
- VICTORIA MAS, J. S.; GÓMEZ TINOCO, A. Y ARJONA MARTÍN, J. B. (2012). *Comunicación 'Slow' (y la Publicidad como excusa)*. Madrid: Fragua.
- WAJCMAN, J., BITTMAN, M. Y BROWN, J. (2009). "Intimate Connections: The Impact of the Mobile Phone on Work/Life Bounda-

ries”. En GOGGIN, G. y HJORTH, L. (eds.), *Mobile Technologies: From Telecommunications to Media*. Nueva York: Routledge, pp. 9-22.

WELLMAN, B.; QUAN-HAASE, A.; BOASE, J.; CHEN, W.; HAMPTON, K.; DÍAZ DE ISLA, I. Y MIYATA, K. (2003). “The social affordances of the Internet for networked individualism”. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 8 (3).

WHITWORTH, A. (2009). *Information Obesity*. Oxford: Chandos Publishing.



II Congreso Internacional

EDUCACIÓN MEDIÁTICA & COMPETENCIA DIGITAL

LUDOLITERACY, CREACIÓN COLECTIVA
Y APRENDIZAJES

Barcelona, 14 y 15 de Noviembre de 2013

Organizado por



Con el apoyo de

 Obra Social "la Caixa"